### 「文化経済大国」を目指して

~新しい価値を創造するサービス・ものづくり~

平成26年9月25日 西日本電信電話株式会社 相談役 大竹 伸一



## 1. 凋落する日本

#### 問題認識

戦後日本は目覚しい高度経済成長を遂げ、"Japan as NO.1"とまで 称賛されるなど経済大国として世界に大きな存在感を示してきたが、 今日では国際的地位の低下が顕在化。

2010年:世界第2位の経済大国の座から転落

2011年:貿易収支が31年ぶりに赤字転落

日本国債はAAマイナスへ格下げ

(2001年当初時点のS&P社格付けはAAA)

2014年: IMD国際競争カランキングは21位に低迷

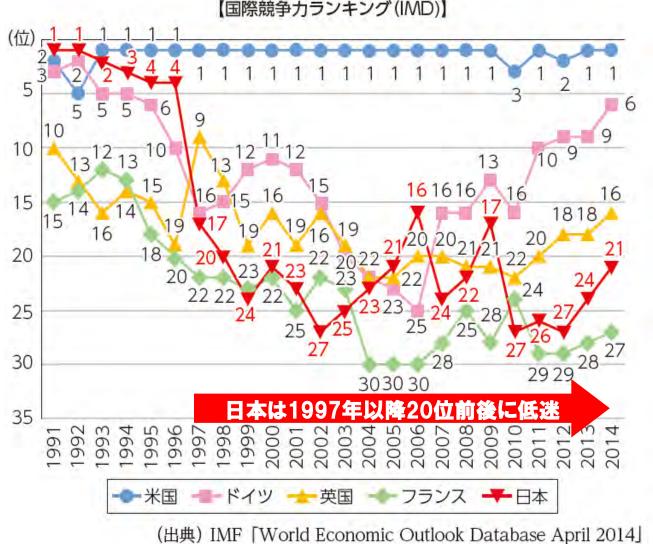
(1992年までは1位であったが、それ以降は下降傾向)

グローバリズムの中の日本という価値を高め、再び輝きを 取り戻す必要がある。

世界と差異化が可能な、日本独自の強みを活かした 新たな道(日本発の経済成長モデル)を探らなければならない。

#### 凋落する日本4:低迷する国際競争力

#### IMD国際競争力ランキングの推移



MF「World Economic Outlook Database April 2014」 IMD「World Competitiveness Ranking」より作成

2014年の順位

| 1(1)  | 米国       |
|-------|----------|
| 2(2)  | スイス      |
| 3(5)  | シンガポール   |
| 4(3)  | 香港       |
| 5(4)  | スウェーデン   |
| 6(9)  | ドイツ      |
| 7(7)  | カナダ      |
| 8(8)  | アラブ首長国連邦 |
| 9(12) | デンマーク    |
| 10(6) | ノルウェー    |
|       | •        |

| 20 (25) ニュージーラン | バ |
|-----------------|---|
| 21(24)日本        |   |
| 22(23)オーストリア    |   |
| 23 (21) 中国      |   |
| 24(19) イスラエル    |   |
| 05(20)アイフランド    |   |

|    | \ 1 \ /                         |        |
|----|---------------------------------|--------|
| 25 | (29)                            | アイスランド |
|    |                                 |        |
| 76 | $\langle \alpha \alpha \rangle$ | 大本     |

| 26 | (22) | 韓国  |
|----|------|-----|
| 27 | (20) | フラシ |

| <u>21</u> | (28) | ノフン人 |
|-----------|------|------|
| 28        | (26) | ベルギー |

28 (26) ベルギー

29 (27) タイ

30 (36) エストニア

:アジアの周辺国



## 2. 東日本大震災で再発見した

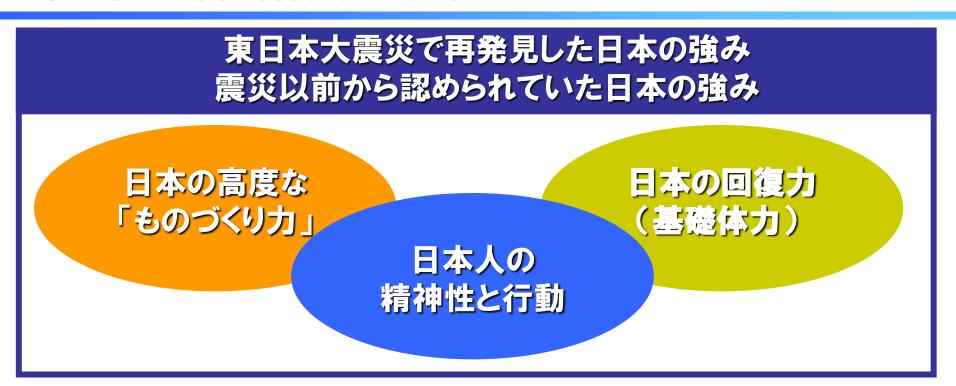
日本の強み

#### 東日本大震災で再発見した日本の強み①

#### 東日本大震災後の日本人の精神性や規律正しい行動に対し、 世界各国のメディアから称賛と驚嘆の声!

| 主な国  | メディアの注目点  |
|------|---|
| アメリカ | ・日本人の尊厳ある冷静さ、ガマン強さ<br>・運命を受け入れる精神(=シカタガナイ)<br>・自分を差し置き他人を思いやる(=無私無欲)<br>・みんなで助け合う集団としての協力精神<br>・秩序を乱さない精神 |
| 中国★┊ | ・日本人のマナーの良さ<br>・素養の高さ<br>・冷静で秩序を守る日本国民の強靭さ  |
| 韓国   | ・大災害より強い日本人<br>・想像をはるかに上回る日本人の冷静な対応   |
| ドイツ  | ・被災地でパニックやヒステリックな行動が<br>起こらず、譲り合ってお互いを思いやる対応  |
| スペイン | ・日本人の秩序と忍耐強さ、前向きな姿勢<br>・厳しい逆境のなかでも人間としての尊厳を<br>維持し卑屈にならない姿  |

#### 東日本大震災で再発見した日本の強みとは



これらは、まさに日本文化そのものと言える!

新たな日本流の経済成長モデルを創造する武器とすべき!



# 3. 文化経済大国への挑戦 ~心の豊かさの実現~

#### 文化経済大国を目指す基本的な考え方 ~心の豊かさの実現~

・現下の日本は政治、経済等の凋落から回復の兆しが見え始めているが、 かつての大量生産・大量消費の経済成長モデルからの脱却が必要。

・今や世界のニーズは、<u>物質的な豊かさだけではなく、『心の豊かさ』</u>を 求めるように変化している。

- ・<u>『心の豊かさ』</u>の実現こそが、これからの経済成長モデルに繋がり、 これらには、精神性、価値観、趣味嗜好といった文化的要素が伴う。
  - ⇒<u>文化的要素</u>は、人々の生活に安らぎや精神的快適性などをもたらす とともに、従来の経済活動に<u>様々な付加価値を創出し、活動そのものが</u> 活性化していく。

#### 文化経済大国を目指す基本的な考え方 ~文化と経済の融合~

・新たな日本流の経済成長モデルの「核」となるのが、"日本文化"であり、 その源流が、和魂和才である。

・特に、これまで意識されていなかった<u>有形文化(美術品、伝統工芸品など)、</u> 無形文化(行動様式、思考様式など)と経済活動を融合することが必要。

- ・これにより、様々なビジネスモデルを創出することができる。
  - ⇒文化的要素は生活に根付くものであり、継続的な経済成長が実現可能。

・グローバリズムの中の日本という価値を高め、再び輝きを取り戻すために、 日本の強みである日本文化を再認識し、 「文化経済大国」という新たな日本流の経済成長モデルを目指す。

#### 無形文化を経済的価値に結びつけることが、ビジネスにつながる

#### "和魂和才"が生み出す生活様式(無形文化)は 様々な新たなビジネスの芽を生み出す!

|    | 187 6利/になこノヤハリオでエッグロッ:  |   |              |  |  |   |
|----|---|---|--------------|--|--|---|
| () | 生活様式<br>無形文化 )を<br>・出す主な源泉                                    |   |              | 生活様式(=無形文化)<br><状況> <享受できる豊かさ>                               |  | <ビジネスの芽>                                    |
| 和  | <ul><li>・もったいない</li><li>・節度</li><li>・行儀</li><li>・倫理</li></ul> |   | モノを大切<br>にする | 無駄なものを<br>購入しない、出さない<br>(資源を有効に使う)                           | エコロジー<br>(自然に優しい)<br>(自然を大切にする)<br>満足感<br>(余計な費用が不要) | リユース<br>リサイクル<br>リデュース<br>省エネ製品<br>保存食、保存用品 |
| 魂和 | ・繊細<br>・器用<br>・ものづくり力<br>・創意工夫力                               |   | 小型化          | 日用品などを<br>コンパクトにまとめる<br>(限られたスペースを<br>効率的に活用する)              | 満足感<br>(スペースを有効利用できる)<br>便利さ<br>(どこへでも持ち運べる)         | 軽自動車<br>携帯電話<br>ビデオカメラ<br>ノートパソコン<br>収納用品   |
| 才  | ・思いやり<br>・献身<br>・おもてなし<br>・礼儀                                 | • | 世話をする        | 相手の満足を最大化<br>するための気遣い、<br>相手が求める前に、<br>それ以上のものを<br>木目細かに提供する | 満足感 (気分がよくなる)<br>心地よさ(気分がよくなる)<br>安らぎ (心が癒される)       | 接客サービス                                      |

#### 無形文化を経済的価値に結びつけることが、ビジネスにつながる



#### なぜ文化が『心の豊かさ』をもたらすのか

## 文化

社会或いは社会集団の 精神的・物質的・知的・ 感情的特性の組み合わせ であり、芸術・文学に 加えて生活様式・共生の 仕方・価値体系・伝統・ 信念が含まれると認識 するべき

出典:2001年11月2日

第31回ユネスコ総会採択 文化の多様性に関する ユネスコ世界宣言より抜粋

名勝 天然記念物 有 歷史的建造物 形 文 史跡 化 美術品 伝統工芸品 生活様式 行動様式 日 本 思考模式 文 伝統芸能 化 無 形 伝統技術 文 化 知的財産 (サブカルチャー等) 新たな生活様式 行動様式 モノ・サービス

など

(高品質・高機能・高デザイン)

文化が人々の 生活にもたらすもの 生活の安らぎ (ゆとり・潤い、等) 精神的快適性

(心地よさ、等)

自己実現 (満足感、等)

心 물 さ



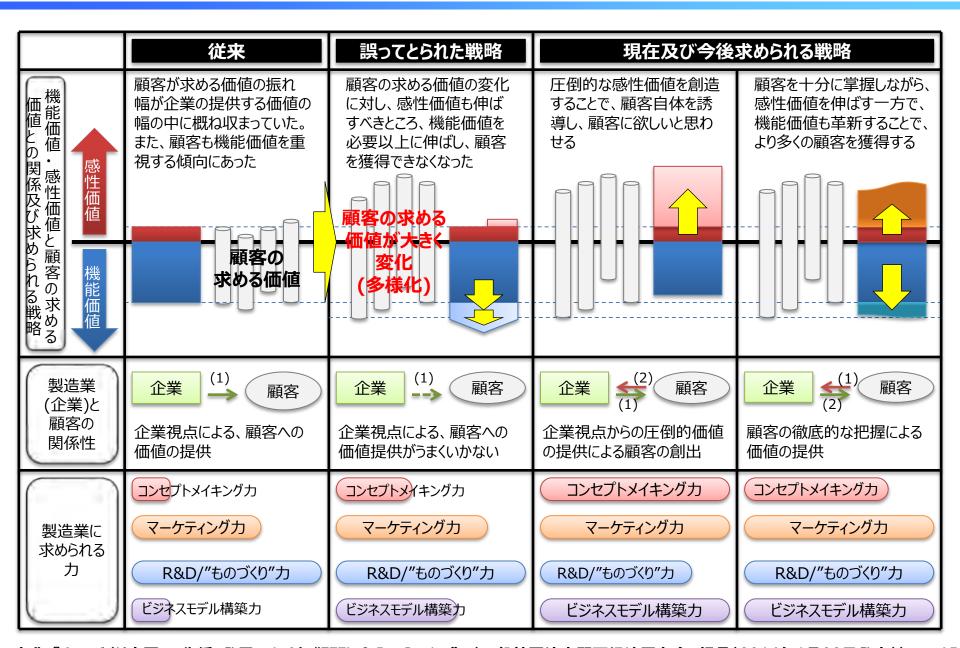
# IV. 価値のパラダイムシフトとものづくりに求められる戦略

### 物質の豊かさ 心の豊かさ

量 Standard of living 質 Quality of life

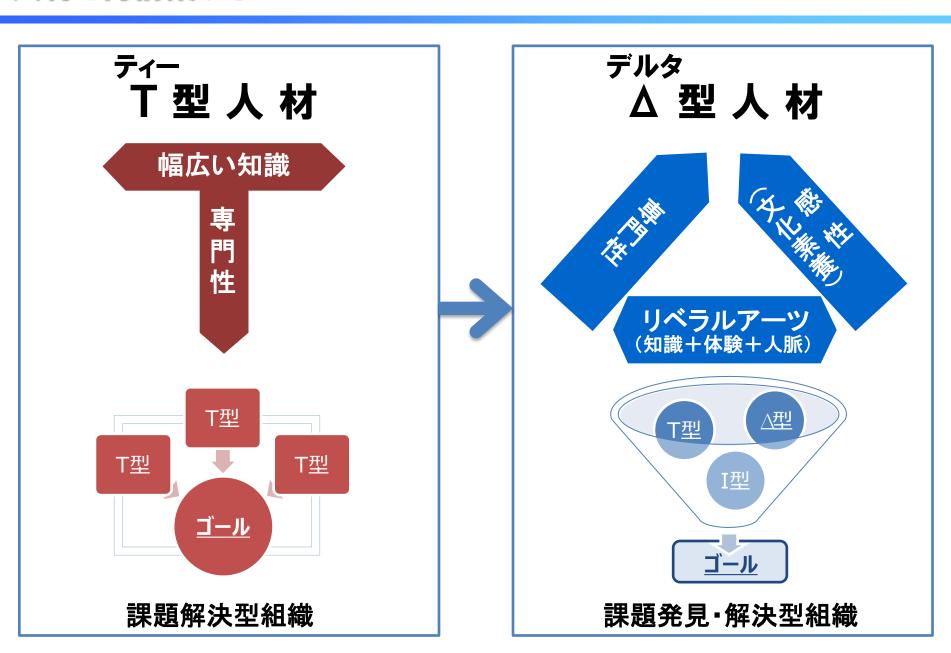
機能価値 + 感性価値

#### 価値のパラダイム・シフトと日本のものづくりに求められる戦略

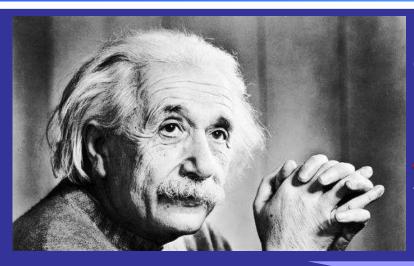


出典:『ものづくり立国」の復活・発展のために"FEEL & Re-Design"』(一般社団法人関西経済同友会 提言(2014年1月20日発表))

#### 人材を再構築する



#### 最後に ~アインシュタインの予言(「日本文明」の真価:清水馨八郎著より抜粋)~



アインシュタインは、 1922年に来日した際、日本の自然と 人間、文化に感銘を受け、次の言葉を 残している。

- ・「これほど純粋な人間の心をもつ人はどこにもいない。この国を愛し尊敬すべきである」
- ・「近代日本の発展ほど世界を驚かせたものはない。私はこのような尊い国が世界に 一ヵ所ぐらいなくてはならないと考えていた。世界の文化はアジアに始まって、 アジアに帰る。それにはアジアの高峰、日本に立ち戻らなくてはならない。 われわれは神に感謝する。われわれに日本という尊い国をつくっておいてくれたことを」

今こそ、我々は、日本人であること、そして日本文化に 自信と誇りを持ち、日本発の経済成長モデル 「文化経済大国」を実現していかなければならない!